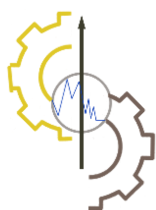
E-ISSN: 2717-4581 | P-ISSN: 2783-1345



Innovation Management and Operational Strategies

www.journal-imos.ir

Inov. Manage. Oper. Stra. Vol. 3, No. 3 (2022) 278–296.





Paper Type: Original-Application Paper

The Impact of Dynamic Capabilities on Firm Performance Mediated by Business Model Innovation and Sustainable Competitive Advantage

Hossein Norouzi[1,*], Rasoul Nosratpanah[1], Esmaeil Esmaeilpour[2]

[1] Department of Business Administration, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran; norouzi@khu.ac.ir, Rasoul_nosratpanah@khu.ac.ir.
[2] Department of Business Administration, Faculty of Humanities, Maku Branch, Islamic Azad University, Maku, Iran; e.esmaeil2440@gmail.com.

Citation:



Norouzi, H., Nosratpanah, R., & Esmaeilpour, E. (2022). The impact of dynamic capabilities on firm performance mediated by business model innovation and sustainable competitive advantage. *Innovation management and operational strategies, 3*(3), 278-296.

Received: 24/01/2022 Reviewed: 19/02/2022 Revised: 07/03/2022 Accepted: 13/03/2022

Abstract

Purpose: The purpose of the present study is to investigate the impact of dynamic capabilities on firm performance through the mediating role of business model innovation and sustainable competitive advantage and the role of moderating environmental dynamics.

Methodology: This research is a descriptive survey in data collection. The statistical population of the study is companies located in Tehran province. The sample size was determined with G-Power 3 software, 222 people, and the random method was used for sampling. Two hundred eighteen questionnaires were obtained through an online survey. The research model was also analyzed based on the structural equation modelling approach with Smart PLS 3.

Findings: Dynamic capabilities positively and significantly affect firms' performance, and business model innovation mediated this relationship. Perceived environmental dynamics moderated only the relationship between dynamic capabilities and business model innovation, sustainable competitive advantage, and firm performance.

Originality/Value: The role of dynamic capabilities is an essential and strategic necessity for guiding, supporting, and managing resources to create a sustainable competitive advantage and achieve superior performance. The study provides critical insight for managers to abandon traditional approaches, focus on core competencies, and strengthen their position in the market.

Keywords: Dynamic capabilities, Business model innovation, Sustainable competitive advantage, Firm performance, Environmental dynamics.

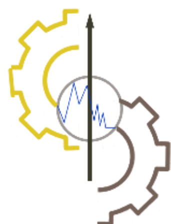
https://doi.org/10.22105/imos.2022.326314.1208

Corresponding Author: norouzi@khu.ac.ir



http://dorl.net/dor/20.1001.1.27831345.1401.3.3.3.0





Innovation Management & Operational Strategies

مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی

دوره ۳، شماره (۳)، (۱۴۰۱)، ۲۹۶-۲۷۸

www.journal-imos.ir



نوع مقاله: پژوهشی-کاربردی



تاثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها با میانجی گری نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار

حسین نوروزی[1]*، رسول نصرت‌پناه[1]، اسماعیل اسماعیل‌پور[2]

[1]گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

[2]گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، واحد ماکو، دانشگاه آزاد اسلامی، ماکو، ایران.

چکیده

هدف: پژوهش حاضر به بررسی تاثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق نقش میانجی‌گری نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار و تعدیل گری پویایی محیطی درک شده می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و ماهیتی توصیفی-پیمایشی دارد. جامعه آماری پژوهش، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در استان تهران بودند. حجم نمونه با نرم‌افزار *G-Power 3* ۲۲۲ نفر تعیین شد. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد و روش نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس با یک پیمایش آنلاین استفاده شد و ۲۱۸ پرسشنامه محقق گردید. مدل پژوهش نیز مبتنی بر رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار *Smart PLS* نسخه ۳ تجزیه‌وتحلیل شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر مثبت و معناداری دارد و نوآوری مدل کسب‌وکار این رابطه را میانجی نمود. پویایی محیطی درک شده نیز فقط روابط بین قابلیت‌های پویا با "نوآوری مدل کسب‌وکار، مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت" را تعدیل نمود.

اصالت/ارزش افزوده علمی: نقش قابلیت‌های پویا ضرورتی استراتژیک جهت هدایت، پشتیبانی و مدیریت منابع در راستای خلق مزیت رقابتی پایدار و دستیابی به عملکرد برتر می‌باشد و بینشی کلیدی برای مدیران ایجاد می‌کند تا به واسطه آن با کنار گذاشتن رویکردهای سنتی، با تمرکز بر شایستگی‌های محوری، جایگاه خود را در بازار تقویت نمایند.

کلیدواژه‌ها: قابلیت‌های پویا، نوآوری مدل کسب‌وکار، مزیت رقابتی پایدار، عملکرد شرکت، پویایی محیطی.

۱- مقدمه

جهان پیش رو وارد عصر جدیدی از تاریخ خود شده است که از مشخصه‌های بارز آن، ایجاد و رشد کسب‌وکارهای مبتنی بر تکنولوژی در پشتیبانی و حمایت از توسعه اقتصادی کشورها است. در این زمینه، شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین بازیگران در توسعه و پویایی اقتصاد کشورها مطرح شده‌اند و نتایج مثبت فعالیت دانش‌بنیان‌ها در کشورهای توسعه یافته، توجه اکثر کشورهای در حال توسعه از جمله ایران را به خود جلب نموده است (غفوری و همکاران[1]، ۲۰۱۹)؛ اما علیرغم اهمیت این حوزه، مطالعات در داخل کشور اغلب مربوط

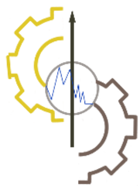
[1] Ghafouri et al.

* نویسنده مسئول

norouzi@khu.ac.ir

http://dorl.net/dor/20.1001.1.27831345.1401.3.3.3.0





به واکاوی ادبیات و نقل اقدامات و تجربیات سایر کشورها بوده است (صدر و انصاری[1]، ۲۰۱۵). طبق آمارها، بیش از ۵۰٪ از شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی ظرف مدت کوتاهی پس از تأسیس، عملاً از ادامه فعالیت باز می‌مانند (غفوری و همکاران، ۲۰۱۹). به عبارتی روند تجاری‌سازی فناوری در ایران به مرور کاهش یافته و شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی به‌منظور اجرای اقدامات نوآورانه جهت کسب مزیت رقابتی و بهبود عملکرد خود با مشکل مواجه هستند (صدر و انصاری، ۲۰۱۵). لذا، به نظر می‌رسد ارائه عملکرد بهتر، به بنیادی‌ترین چالش مدیران این شرکت‌ها تبدیل شده است و آنان در تلاش‌اند تا با استفاده از پیش‌بینی و به کارگیری راهکارها و ابزار گوناگون، به عملکرد برتر دست یابند (دهقانی سلطانی و مصباحی[2]، ۲۰۲۰). مطالعات این حوزه نشان می‌دهد شرکت‌ها با برخورداری از مزیت رقابتی پایدار، قادر خواهند بود عملکرد خود را بهبود بخشند. لذا، تحقق و حفظ مزیت رقابتی به هدف نهایی مدیریت شرکت‌ها (نه و همکاران[3]، ۲۰۱۹) و "جام مقدس" پژوهش‌های مدیریت استراتژیک تبدیل گشته (فریرا و همکاران[4]، ۲۰۱۹) و بر بهبود عملکرد شرکت‌ها در محیط‌های پویا متمرکز شده است (پنگ و همکاران[5]، ۲۰۱۹).

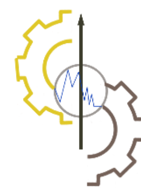
امروزه یکی از منشأهای اصلی مزیت رقابتی که لازم است مدیران شرکت‌ها مد نظر قرار دهند، نوآوری استراتژیک، به معنی روش‌های جدید انجام کار از جمله مدل‌های کسب‌وکار جدید است (فریرا و همکاران، ۲۰۱۹). تقلید از یک محصول جدید آسان و مقرون به صرفه ولی تقلید از یک مدل کسب‌وکار کامل بسیار دشوار است (بشیر و ورما[6]، ۲۰۱۸)؛ اما از آن‌جا که دیجیتالی شدن کسب‌وکارها با شتابی فزاینده در حال از بین بردن موانع سنتی ورود شرکت‌ها به صنعت می‌باشد (ایبارا و همکاران[7]، ۲۰۱۸)، مدل‌های کسب‌وکار به مرور زمان ثبات خود را از دست می‌دهند (کلاب و همکاران[8]، ۲۰۲۰). بر این اساس، پژوهش‌ها با اذعان به ضرورت نوآوری در مدل کسب‌وکار، از آن به منزله کلید موفقیت در رقابت نام می‌برند؛ بنابراین شرکت‌ها در پاسخ به تغییر خواسته‌ها و سبک زندگی مشتریان باید به‌طور مستمر مدل کسب‌وکار خود را به شکلی نوآورانه بازآرایی نمایند. بااین‌حال، علیرغم اهمیت این مفهوم، مرور ادبیات نشان می‌دهد تحقیقات در مورد نوآوری مدل کسب‌وکار فعلاً در مراحل اولیه خود قرار داشته (کلاس و همکاران[9]، ۲۰۱۹) و به ویژه در حوزه توسعه فناورانه به آن توجه کمتری شده است (ایبارا و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین پژوهش‌ها مبنی بر تاثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها کمیاب و نادر بوده (بشیر و ورما، ۲۰۱۸) و بیشتر مطالعات در رابطه با مدل کسب‌وکار تا به امروز، از طریق روش کیفی بوده است (فانگستو و همکاران[10]، ۲۰۲۰؛ ویمن و همکاران[11]، ۲۰۲۰) که باعث شده است بسیاری از مطالعات این حوزه مستقل و مفهومی باشند و نه مکمل و تجربی (چیه و همکاران[12]، ۲۰۱۸). لذا ادبیات این حوزه هنوز فاقد شواهد تجربی جامع در مورد پیامدهای نوآوری مدل کسب‌وکار است (فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰) و تحقیقات آتی نیازمند تعمیق کمی یافته‌های فعلی است (فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰؛ ویمن و همکاران، ۲۰۲۰). لذا، نیاز به تحقیقات بیشتر پیرامون اثرات نوآوری مدل کسب‌وکار از طریق رویکرد کمی احساس می‌شود (فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰).

در کنار تمامی این موارد، از بیش از یک سال پیش تا به امروز، کووید ۱۹ چالش‌های جدید و بی‌سابقه‌ای برای جامعه بشریت پیش آورده است. ناگهان حالت عادی زندگی مختل شده و افراد، سازمان‌ها و جوامع و نیز ارتباطات بین آن‌ها به شدت تحت تاثیر قرار گرفته است. این همه‌گیری نه تنها ساختار و عملکرد اقتصاد جهانی را تغییر داده است، بلکه تاثیرات ماندگاری بر استراتژی‌های کسب‌وکار خواهد داشت (مهدی و ناصر[13]، ۲۰۲۱). این وضعیت مستلزم تأمل در مورد استراتژی‌ها و اقداماتی است که باید انجام شود؛ بنابراین، بحران کنونی نیازمند روش‌های جدیدی در تبیین و به کارگیری استراتژی‌ها است (علی و انور[14]، ۲۰۲۱). در این زمینه، چشم‌انداز قابلیت‌های پویا به یکی از امیدوارکننده‌ترین چارچوب‌های در دستور کار استراتژی با هدف شناسایی عوامل بقا و رشد بلندمدت شرکت در محیط‌های پویا تبدیل شده است (بایا و فریرا[15]، ۲۰۱۹). برخی معتقدند قابلیت‌های پویا محرک نوآوری مدل کسب‌وکار (تسه[16]، ۲۰۱۸) و یکی از کلیدهای دستیابی به مزیت رقابتی و بهبود عملکرد شرکت‌ها است. بااین‌حال، اثرات قابلیت‌های پویا و نقش پویایی محیط هنوز مورد بحث است و بسیاری از محققان در مورد نقش قابلیت‌ها پویا شک دارند (فریرا و همکاران[17]، ۲۰۲۰) و معتقدند سهم قابلیت‌های پویا به ویژه در عملکرد شرکت‌ها نامشخص و ناسازگار است (بایا و فریرا، ۲۰۱۹؛ فریرا و همکاران، ۲۰۲۰). حتی برخی از مطالعات تاثیرات

---

[1] Sadr and Ansari
[2] Dehghani Soltani and Mesbahi
[3] Na et al.
[4] Ferreira et al.
[5] Pang et al.
[6] Bashir and Verma
[7] Ibarra et al.
[8] Clauß et al.
[9] Clauss et al.
[10] Phangestu et al.
[11] Weimann et al.
[12] Cheah et al.
[13] Mahdi and Nassar
[14] Ali and Anwar
[15] Baía and Ferreira
[16] Teece
[17] Ferreira et al.

ناچیز یا منفی قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت را نشان داده‌اند. همچنین در رابطه با وجود تعدیل‌کننده در این روابط از حمایت تجربی کمی برخوردار بوده است (هرناندز لینارس و همکاران[1]، ۲۰۲۱). افزون بر این، یک متاآنالیز اخیراً نشان داده است که شواهد تجربی برای رابطه بین قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی متناقض است (فریرا و همکاران، ۲۰۲۰؛ پزشکان و همکاران[2]، ۲۰۱۶). لذا چگونگی ارزیابی کمی این رابطه‌ها تا حدودی مبهم و نشان دهنده شکاف نظری است (بابا و فریرا، ۲۰۱۹؛ فریرا و همکاران، ۲۰۲۰).



با توجه به آنچه که تا به اینجا بیان شد، محققین پژوهش با بهره‌گیری از یک نگاه مسئله‌محور پیرامون شرکت‌های دانش‌بنیان و نیز با هدف پوشش شکاف‌های تحقیقاتی، به دنبال پاسخ به این سوال اساسی خواهند بود که «قابلیت‌های پویا با تبیین نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار چه تاثیری بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان در بسترهای پویا دارد؟». به این منظور، محققین با تکیه بر تحقیقات این حوزه، یک مدل تحقیقاتی ایجاد می‌کنند که قابلیت‌های پویا در شرکت‌های دانش‌بنیان را به نتایج اصلی آن از جمله نوآوری مدل کسب‌وکار، مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان مرتبط می‌کند. ساختار مقاله به این شرح است: بخش اول مروری بر مبانی نظری است و سپس پیشینه پژوهش، فرضیه‌ها و مدل تحقیق ارائه می‌شود. در گام بعدی، روش‌های و معیارهای انتخاب شده در جمع‌آوری و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها مورد بحث قرار می‌گیرند و نتایج ارائه می‌گردد. در نهایت، مقاله با بحث و نتیجه‌گیری به پایان می‌رسد.

۲- مبانی نظری پژوهش

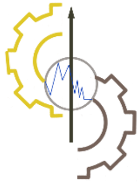
۲-۱- قابلیت‌های پویا

نحوه دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی و عملکرد برتر همواره کانون تحقیقات مدیریت استراتژیک بوده است. در این چارچوب، می‌توان به دیدگاه مبتنی بر منابع اشاره کرد (دو و نگوین[3]، ۲۰۲۰). دیدگاه مبتنی بر منابع به‌عنوان یکی از چارچوب‌های کلیدی که تنوع رقابتی و عملکرد را بر اساس منابع داخلی توضیح می‌دهد، پدیدار شد و به‌عنوان پاسخی برای غلبه بر محدودیت‌های اقتصاد صنعتی برای توضیح عملکرد برتر شرکت عمل کرد (بابا و فریرا، ۲۰۱۹). به مرور محققین استدلال نمودند که منابع مزیت رقابتی علاوه بر منابع داخلی، شامل منابع خارجی نیز است. به ویژه، در نتیجه پویایی روزافزون محیط، ارزش ایجاد شده توسط منابع در کوتاه‌مدت منسوخ شده و برای هیچ بنگاهی دائمی نخواهد بود (کیت و همکاران[4]، ۲۰۱۸). این در حالی است که دیدگاه مبتنی بر منابع، نمایی ایستا از سبد منابع یک شرکت ارائه می‌دهد (بابا و فریرا، ۲۰۱۹). لذا بر اساس فراخوان‌های علمی گسترده، در تلاش برای رفع این کاستی، زمینه برای ظهور دیدگاه قابلیت‌های پویا بر اساس یافته‌های دیدگاه مبتنی بر منابع، اقتصاد تکاملی و تئوری رفتار فراهم شد (تسه، ۲۰۰۷؛ نوروزی و همکاران[5]، ۲۰۲۲). نظریه قابلیت‌های پویا با هدف ایجاد واکنش مناسب در شرایط جدید و با در نظر گرفتن نحوه توسعه، پیکربندی مجدد و تجدید منابع و قابلیت‌های شرکت‌ها در محیط‌های متلاطم تعریف و عملیاتی شده است (بابا و فریرا، ۲۰۱۹). در مفهوم‌سازی قابلیت‌های پویا، "پویا" ظرفیت شرکت‌ها در جایگزینی شایستگی‌های قدیمی و منسوخ را به‌منظور حفظ رقابت در متن تغییرات پیرامون فضای کسب‌وکار نشان می‌دهد. "قابلیت" نیز ظرفیت شرکت‌ها برای اجرای یک فعالیت خاص به روشی قابل اعتماد را توصیف می‌کند (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). بررسی‌های کتاب‌شناختی نشان می‌دهد که تا به امروز دو جریان تحقیقاتی متفاوت برای قابلیت‌های پویا وجود دارد. در رویکرد اول قابلیت‌های پویا منحصربه‌فرد هستند و ازاین‌رو تقلید آن‌ها دشوار است. درحالی‌که دیدگاه متأخرتر صرفاً پیکربندی ایجاد شده در منابع و شایستگی‌ها توسط قابلیت‌های پویا می‌تواند منحصربه‌فرد باشد. به‌طورکلی، دیدگاه قابلیت‌های پویا به‌عنوان رویکردی برای درک تغییرات استراتژیک پدیدار شده است که به دنبال ارائه چارچوبی برای درک چگونگی توسعه و حفظ مزیت رقابتی شرکت‌ها در طول زمان در بازارهای آشفته است (بابا و فریرا، ۲۰۱۹).

۲-۲- نوآوری مدل کسب‌وکار

مرور ادبیات پیشین نشان می‌دهد ورود واژه «مدل کسب‌وکار» به ادبیات مدیریت به بیش از هفت دهه اخیر باز می‌گردد و نخستین بار در سال ۱۹۵۷ مطرح شده است. با این وجود، این مفهوم تا اواسط دهه ۱۹۹۰ مورد اقبال عمومی قرار نگرفته است (لیندگرن[6]، ۲۰۱۸). مطالعات در مورد مدل‌های کسب‌وکار در یک دهه گذشته روند افزایشی بزرگی داشته است و طی سال‌های متمادی با ظهور اینترنت به اوج

[1] Hernández-Linares et al.
[2] Pezeshkan et al.
[3] Do and Nguyen
[4] Keat et al.
[5] Norouzi et al.
[6] Lindgren



خود رسیده است. با پیشرفت فناوری، تحولات محاسباتی جدید و ایجاد رژیم‌های ارتباطی جدید، مدیران کسب‌وکارها باید گزینه‌های استراتژیک جایگزینی به‌منظور حرکت به سوی ارزش‌آفرینی انتخاب کنند (کلاس و همکاران، ۲۰۱۹). تلاش آن‌ها برای پاسخ به این سوال که چگونه می‌توانند به بهترین نحو یک گزاره ارزش به مشتریان خود ارائه دهند، منجر به توسعه اصطلاح نوآوری مدل کسب‌وکار شده است (کلاب و همکاران، ۲۰۲۰). از آن‌جا که عمده محققین، نوآوری را به‌عنوان يك استراتژی جدید و شامل يك ابزار، سیستم، سیاست، برنامه، فرآیند، کالا یا خدمت جدید در نظر می‌گیرند که مي‌تواند داخل سازمان ایجاد شود و یا از بیرون خریداری شود و برای سازمان جدید باشد، تعریف می‌کنند (صادقی و همکاران[1]، ۲۰۲۱). لذا نوآوری مدل کسب‌وکار را می‌توان به‌عنوان نوعی نوآوری سازمانی تعریف نمود که شیوه خلق، ارائه و ضبط ارزش در کسب‌وکارها را برای تمامی ذینفعان نقش‌آفرین در یک کسب‌وکار تغییر می‌دهد (رشوندی و همکاران[2]، ۲۰۲۱).

۲-۳- مزیت رقابتی پایدار

شواهد نشان می‌دهد پس از موفقیت ژاپنی‌ها در نفوذ به بازارهای جهانی در اواخر دهه ۱۹۷۰، گروه مک کینزی و همکاران، مفهوم مزیت رقابتی را ارائه نمودند. آن‌ها مزیت رقابتی را به‌عنوان مزیتی تعریف نمودند که یک شرکت خاص نسبت به رقبا یا گروهی از رقبا در یک بازار، گروه استراتژیک یا صنعت معین دارد (نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲). بعدها محققین با تکمیل دانش این حوزه عنوان نمودند که شرکت‌ها قادر به حفظ مزیت رقابتی هستند اگر در شایستگی‌های آن‌ها ابهام علی وجود داشته باشد. در ادامه، دو نوع اساسی از استراتژی‌های رقابتی شامل رهبری هزینه و استراتژی تمایز معرفی شد. سپس تاثیر منابع سازمانی متمایز بر مزیت رقابتی پایدار مطرح شده و دیدگاه مبتنی بر منابع توسعه داده شد که جایگزین مزیت رقابتی مبتنی بر سازمان صنعتی شد و به موضوع اصلی مطالعات مربوط به منابع مزیت رقابتی پایدار در دهه ۱۹۹۰ تبدیل گشت (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). همان‌طور که قبلا گفته شد، مزیت منحصربه‌فردی که توسط رقبا قابل تکرار نیست، مزیت رقابتی پایدار نامیده می‌شود. این در صورتی امکان‌پذیر است که یک شرکت دارای چنین مزیتی در هنگام تمرکز بر نقاط قوت و ضعف داخلی برای دستیابی به کارایی و اثربخشی موفق باشد (بارنی و همکاران[3]، ۲۰۲۱).

۲-۴- عملکرد شرکت

عملکرد یک فرآیند کلی می‌باشد که به کیفیت خروجی ناشی از عملیاتی سازی برنامه‌های سازمانی اشاره دارد (بهمنی و همکاران[4]، ۲۰۲۲) که امروزه بهبود عملکرد سازمانی به اساسی‌ترین دغدغه مدیران سازمان‌ها مبدل شده است (اجلی و همکاران[5]، ۲۰۲۱). در این چارچوب، در حوزه مدیریت، عملکرد شرکت یکی از بیشترین متغیرهای بررسی شده برای سنجش موفقیت سازمان بوده است. عملکرد یک شرکت نشان دهنده پیشرفت و توسعه آن سازمان است. عملکرد سازمان‌ها به‌عنوان یکی از اصول اساسی در مدیریت در نظر گرفته می‌شود و بیشتر وظایف مدیریت بر اساس این مفهوم شکل می‌گیرد؛ چرا که موفقیت سازمان‌ها در عملکرد آن‌ها منعکس می‌شود. محققین عملکرد شرکت را "مقایسه نتایج مورد انتظار با نتایج واقعی، بررسی انحراف از برنامه‌ها، ارزیابی عملکرد فردی و بررسی پیشرفت‌های انجام شده در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر" تعریف نموده‌اند و اذعان دارند هنگام اندازه‌گیری عملکرد یک سازمان، اهداف آن باید در نظر گرفته شود (رشوندی و همکاران، ۲۰۲۱). لذا، عملکرد شرکت مجموع دستاوردهایی است که همه کسب‌وکارها به‌عنوان یک سازمان به دست می‌آورند. از آن‌جا که عملکرد مالی از نظر اندازه‌گیری عملکرد تجاری محدودیت‌های زیادی دارد و نمی‌تواند ارزش نامشهود یک شرکت را به دقت منعکس کند، از شاخص‌های ترکیبی- به جای شاخص‌های منفرد براساس عملکرد مالی- که شامل داده‌های عملکرد غیر مالی هستند استفاده می‌شود. ادبیات این حوزه نشان می‌دهد عملکرد مقایسه‌ای ادراک شده (به‌عنوان مثال، سودآوری، رشد، سهم بازار و ...) نشانگر خوبی برتری یک کسب‌وکار است (نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲).

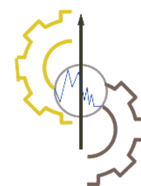
۲-۵- پویایی محیطی

در ادبیات مدیریت، تغییرات محیطی به میزان پویایی محیطی که یک شرکت با آن روبروست اشاره دارد. از نظر دیدگاه اقتضایی، پویایی محیط یک متغیر وابسته به متن است و به‌عنوان میزان غیر قابل پیش‌بینی بودن تغییرات در محیط خارجی شرکت از آن یاد می‌شود (کیت و

---

[1] Sadeghi et al.
[2] Rashnavadi et al.
[3] Barney et al.
[4] Bahmani et al.
[5] Ajalli et al.

همکاران، ۲۰۱۸). بر این اساس، پویایی محیطی را می‌توان به‌عنوان فراوانی و دامنه تغییرات در محیط و به‌طورکلی، شرایط عدم قطعیت تعریف نمود (یوآن و همکاران[1]، ۲۰۲۱). پویایی محیطی نتیجه چندین نیرو است که به‌طور هم‌زمان عمل می‌کنند؛ متشکل از اندازه شرکت، رقابت صنعت، سیاست‌های دولت، ریسک بازار و فناوری. محققین نشان داده شد که پویایی محیطی تاثیر مهمی بر توانایی‌ها و قابلیت‌های یک شرکت دارد. بر اساس بررسی‌های قبلی، پویایی محیطی را می‌توان به‌عنوان بی‌ثباتی، غیرقابل پیش‌بینی بودن و نرخ تغییر تعبیر کرد. تعدادی از محققین نیز پویایی محیطی را به دو عنصر تقاضای بازار و تغییرات تکنولوژیکی مرتبط می‌دانند (لی و همکاران[2]، ۲۰۲۰).



۳- پیشینه پژوهش

محققین پژوهش حاضر با مرور ادبیات مرتبط با موضوع پژوهش و کنکاش در آن به کاستی‌هایی در ادبیات پی برند. این پژوهش برای اولین بار با بررسی نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار در رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار با عملکرد شرکت و نیز بررسی اثر تعدیل‌گر پویایی محیطی درک شده بر رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار با مزیت رقابتی پایدار و نیز نوآوری مدل کسب‌وکار با عملکرد شرکت به‌عنوان گامی رو به جلو-گرچه هر چند کوچک- ادبیات مدیریت را با پر کردن شکاف پژوهشی گسترش می‌دهد. اصلی‌ترین تحقیقات انجام شده در ادبیات، در قالب **جدول ۱** خلاصه شده است:

جدول ۱- خلاصه پیشینه پژوهش (منبع: مرور ادبیات).

Table 1- Research background summary (source: literature review).

عنوان تحقیق، نویسنده و سال تحقیق	هدف پژوهش	نتایج پژوهش
بررسی تاثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر خلق مزیت رقابتی با نقش میانجی‌گری توانمندی کارآفرینانه-مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (محمدکاظمی و همکاران[3]، ۲۰۲۱)	بررسی تاثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر خلق مزیت رقابتی با نقش میانجی‌گری توانمندی کارآفرینانه	نوآوری مدل کسب‌وکار بر بهبود توانمندی کارآفرینانه و خلق مزیت رقابتی تاثیر مثبت دارد.
ارتقای عملکرد شرکت از طریق قابلیت‌های مدیریت دانش، انعطاف‌پذیری استراتژیک و چابکی استراتژیک؛ نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار (رشوندی و همکاران، ۲۰۲۱)	بررسی تاثیر قابلیت‌های مدیریت دانش، انعطاف‌پذیری و چابکی استراتژیک با نقش میانجی نوآوری کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها	به‌طور خاص، نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر مثبت و معناداری دارد.
بررسی تاثیر مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت‌های صادراتی (نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲)	بررسی تاثیر مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت‌ها	قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر دارد و مزیت رقابتی پایدار این دو رابطه را میانجی می‌کند.
کارایی قابلیت‌های پویا در پویایی فنی و بازاری محیط (نکویی زاده و همکاران[4]، ۲۰۱۵)	بررسی اثرات قابلیت‌های پویای مشابه در پویایی‌های فنی و بازاری محیط	قابلیت‌های پویا بر عملکرد این شرکت‌ها تاثیر دارد و پویایی محیطی رابطه بین قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت را به‌طور مثبت تعدیل می‌نماید.
قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط: اثر تعدیل جهت‌گیری بازار (هرناندز لینارس و همکاران، ۲۰۲۱)	بررسی تاثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها با تبیین نقش تعدیل‌گر جهت‌گیری بازار	قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر مثبت دارد.
تاثیر خانواده و نوآوری مدل کسب‌وکار دیجیتال: نقش قابلیت‌های پویا (سلوک و همکاران[5]، ۲۰۲۱)	بررسی میانجی‌گری قابلیت‌های پویا و تعدیل گری پویایی محیطی بین نفوذ خانواده و نوآوری مدل کسب‌وکار دیجیتال	قابلیت‌های پویا بر نوآوری مدل کسب‌وکار دیجیتال تاثیر مثبت دارد.
قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های نوآوری و برند سازی و تاثیر آن‌ها بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط: اثرات تعدیل‌گر جهت‌گیری کارآفرینی (فریرا و کوئلهو[6]، ۲۰۲۰)	درک تاثیر قابلیت‌های پویا بر رقابت و عملکرد، با در نظر گرفتن نقش میانجی قابلیت نوآوری و قابلیت‌های برند سازی بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت و نقش تعدیل‌گر جهت‌گیری کارآفرینی	قابلیت‌های پویا در به دست آوردن مزیت رقابتی و نیز بهبود عملکرد شرکت‌ها اثرگذار است. همچنین تاثیر مزیت رقابتی در برتری عملکرد شرکت تأیید شد.

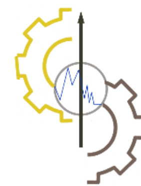
[1] Yuan et al.
[2] Lee et al.
[3] Mohammadkazemi et al.
[4] Nekooeezadeh et al.
[5] Soluk et al.
[6] Ferreira and Coelho

نوروزی و همکاران/ مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، دوره ۳، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱، صفحه: ۲۹۶-۲۷۸

جدول ۱- ادامه.
Table 1- Continued.

عنوان تحقیق، نویسنده و سال تحقیق	هدف پژوهش	نتایج پژوهش
قابلیت‌های پویا و مزیت‌های رقابتی به‌عنوان متغیرهای میانجی بین بازارگرایی و عملکرد کسب‌وکار (کریا و همکاران[1]، ۲۰۲۰)	بررسی یک پیوند علّی جدید بین بازارگرایی و عملکرد کسب‌وکار با معرفی قابلیت‌های پویا به‌عنوان میانجی رابطه بین بازارگرایی و مزیت‌های رقابتی منجر به برتری عملکرد کسب‌وکار	قابلیت‌های پویا بر مزیت‌های رقابتی و عملکرد کسب‌وکارها و نیز مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر دارد.
تفکیک روابط پیچیده بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت (منتر و همکاران[2]، ۲۰۲۰)	اتخاذ یک مرور سیستماتیک در بررسی ارتباط بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت‌ها	نوآوری مدل کسب‌وکار تاثیر مثبتی بر عملکرد شرکت‌ها دارد.
اثر تعدیل‌گر رهبری کارآفرینانه و مزیت رقابتی بر رابطه نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد استارت‌آپ‌ها (فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰)	بررسی اثر تعدیل‌کننده رهبری کارآفرینانه و مزیت رقابتی در رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد کسب‌وکارهای نوپا	نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد استارت‌آپ‌ها تاثیر مثبت دارد.
نوآوری مدل کسب‌وکار در شرکت‌های خانوادگی: قابلیت‌های پویا و نقش تعدیل کننده ثروت اجتماعی-عاطفی (ویمن و همکاران، ۲۰۲۰)	بررسی چگونگی تاثیر قابلیت‌های پویا بر نوآوری مدل کسب‌وکار در شرکت‌های خانوادگی و چگونگی تعدیل این رابطه توسط ثروت اجتماعی-عاطفی	قابلیت‌های پویا بر نوآوری مدل کسب‌وکار شرکت‌های خانوادگی تاثیرگذار است.
تاثیر جهت‌گیری بازار بر عملکرد کسب‌وکارهای با اقتصاد اشتراکی: تمرکز بر نوآوری بازاریابی و مزیت رقابتی پایدار (نه و همکاران، ۲۰۱۹)	بررسی روابط بین جهت‌گیری بازار توسط کسب‌وکارهای با اقتصاد اشتراکی، نوآوری بازاریابی، مزیت رقابتی پایدار و عملکرد	مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد کسب‌وکارها تاثیر مثبت دارد.
قابلیت یکپارچه، نوآوری و مدل کسب‌وکار: اثر مشروط استراتژی کسب‌وکار (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹)	بررسی نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار در رابطه بین قابلیت یکپارچه، استراتژی کسب‌وکار و عملکرد شرکت	نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر مثبت دارد.
تاثیر مدیریت سرمایه فکری بر مزیت رقابتی پایدار از طریق نوآوری مدل کسب‌وکار (منتر و همکاران، ۲۰۲۰)	بررسی تاثیر مدیریت سرمایه فکری بر مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها را با استفاده از نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار	نوآوری مدل کسب‌وکار بر مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها تاثیر مثبت دارد.
نقش منابع منحصربه‌فرد شرکت در توسعه مزیت رقابتی ناشی از تکرارناپذیری استراتژی و تاثیرش بر عملکرد شرکت‌های معدنی اندونزی (رائوف و همکاران[3]، ۲۰۱۹)	بررسی چگونگی تاثیر منابع خاص شرکت و منحصربه‌فرد بودن استراتژی شرکت به‌عنوان یک مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت‌ها	مزیت رقابتی پایدار بر بهبود عملکرد شرکت‌ها موثر است.
چابکی استراتژیک، نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت: یک بررسی تجربی (کلاس و همکاران، ۲۰۱۹)	بررسی تاثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت‌ها با میانجی‌گری نوآوری مدل کسب‌وکار	نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر مثبت دارد.
اثر میانجی جهت‌گیری استراتژیک، قابلیت‌های نوآوری و قابلیت‌های مدیریتی بین اکتشاف و بهره‌برداری، مزیت رقابتی و عملکرد شرکت (فریرا و همکاران، ۲۰۱۹)	بررسی روابط بین جهت‌گیری استراتژیک، و قابلیت نوآوری، قابلیت‌های مدیریتی قابلیت‌های اکتشاف و بهره‌برداری بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت	مزیت رقابتی بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر مثبت دارد.
نوآوری مدل کسب‌وکار برای عملکرد پایدار در خرده فروشی و صنایع هتلداری (چیه و همکاران، ۲۰۱۸)	درک چگونگی تاثیر آشفتگی صنعت در خرده‌فروشی و مهمان‌نوازی بر مزیت رقابتی پایدار	نوآوری مدل کسب‌وکار عاملی اثرگذار در بهبود مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها است
قابلیت‌های پویا، پویایی محیطی و مزیت رقابتی: شواهدی از چین (لی و لیو[4]، ۲۰۱۴)	بررسی رابطه بین قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی و نقش پویایی محیطی	قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت دارد و پویایی محیطی درک شده این رابطه را تعدیل می‌کند.

[1] Correia et al.
[2] Menter et al.
[3] Rauf et al.
[4] Li and Liu



۴- توسعه فرضیه‌ها و چارچوب نظری پژوهش

۴-۱- قابلیت‌های پویا و نوآوری مدل کسب‌وکار

مطالعات بر ارتباط بین نوآوری مدل کسب‌وکار و قابلیت‌های پویا اذعان کرده‌اند (تسه، ۲۰۱۸). در راستا، عنوان می‌شود نوآوری مدل کسب‌وکار نیازمند توسعه مجموعه‌ای از قابلیت‌های پویا است به شرکت‌ها امکان می‌دهد اجزای مدل‌های کسب‌وکار خود را از طریق ساخت و تقویت ساختارهای داخلی، متناسب با محیط در حال تغییر به‌روزرسانی نمایند (ویمن و همکاران، ۲۰۲۰). نوآوری مدل کسب‌وکار را می‌توان پیامد به کارگیری قابلیت‌های پویا در نظر گرفت (ویمن و همکاران، ۲۰۲۰؛ سلوک و همکاران، ۲۰۲۱). لذا فرضیه اول پژوهش مطرح می‌گردد:

H_1 : قابلیت‌های پویا بر نوآوری مدل کسب‌وکار تاثیر دارد.

۴-۲- قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی پایدار

قابلیت‌های پویا با تقویت مزیت رقابتی شرکت‌ها، عامل مهمی برای افزایش توان رقابتی است و شرکت‌های دارای قابلیت‌های پویا قادر به خلق و حفظ یک مزیت رقابتی خواهند بود (فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰). مبتنی بر این منطق، نتایج مطالعات برخی محققین نیز نشان می‌دهد قابلیت‌های پویا در دستیابی شرکت‌های به مزیت رقابتی نقش بسزایی ایفا می‌کند (کریا و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و لیو، ۲۰۱٤). به‌طورکلی، ادبیات این حوزه حاکی از اثرگذاری قابلیت‌های پویا بر پایداری مزیت رقابتی شرکت‌ها است (نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲). لذا فرضیه دوم پژوهش مطرح می‌گردد:

H_2: قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر دارد.

۴-۳- قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت

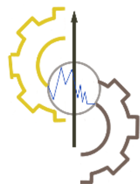
امروزه قابلیت‌های پویا عامل موفقیت شرکت‌ها در برابر فشارهای خارجی و تغییرات محیطی روزافزون است. تحقیقات نظری اولیه بر وجود یک رابطه مستقیم بین قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت‌ها اشاره کرده‌اند (هرناندز لینارس و همکاران، ۲۰۲۱). در این زمینه، نتایج مطالعات محققین همچون حاکی از اثرگذاری مثبت قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها است (نکویی زاده و همکاران، ۲۰۱۵؛ فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰؛ کریا و همکاران، ۲۰۲۰). قابلیت‌های پویا با بهبود ایده‌های جدید به بهبود ابتکارات شرکت‌ها کمک نموده و از این طریق یک عملکرد بهتر برای شرکت‌ها ایجاد می‌کند (هرناندز لینارس و همکاران، ۲۰۲۱). قابلیت‌های پویا با مسیر نمودن شرایط لازم در مواجهه با تغییرات محیطی، در دستیابی شرکت‌ها به عملکرد برتر موثر است (نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲). لذا فرضیه سوم مطرح می‌گردد:

H_3 : قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر دارد.

۴-۴- نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار

نتایج مطالعات مختلف حاکی از آن است که از طریق نوآوری مدل کسب‌وکار می‌توان به مزیت رقابتی رسید. نوآوری مدل کسب‌وکار برای شرکت‌ها این امکان را فراهم می‌کند تا با تبدیل فرصت‌های جدید بازار به مدل‌های کسب‌وکار جدید و ایجاد ارزش جدید برای مشتری به مزیت رقابتی دست یابند (بشیر و ورما، ۲۰۱۸). نتایج یک نظرسنجی در مقیاس وسیع از مدیران ارشد شرکت آی.بی.ام نشان می‌دهد که نوآوری مدل کسب‌وکار منبع ثابتی جهت ایجاد ارزش برای بنگاه‌ها در سراسر جهان است. به‌طور مشابه، شرکت‌های مشاوره مدیریت و نوآوری برجسته نیز تأکید می‌کنند که نوآوری مدل کسب‌وکار می‌تواند مزیت رقابتی پایدارتری را به ویژه در شرایط پویای محیط کسب‌وکار ارائه دهد؛ بنابراین از نوآوری مدل کسب‌وکار می‌توان به‌عنوان یک سلاح رقابتی قدرتمند در کسب‌وکارها بهره جست و به کمک آن، با ارائه ارزش برتر به مشتریان، یک مزیت رقابتی برای شرکت‌ها ایجاد کرد. شواهد حاکی از آن است که شرکت‌ها با تمرکز بر نوآوری مدل کسب‌وکار، سرعت دستیابی خود به مزیت رقابتی پایدار را دو چندان نموده‌اند (کلاس و همکاران، ۲۰۱۹). در این زمینه، مطالعات نشان

می‌دهد که نوآوری مدل کسب‌وکار می‌تواند بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر داشته باشد (چیه و همکاران، ۲۰۱۸؛ محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۱؛ خان و همکاران، ۲۰۱۹). لذا فرضیه چهارم پژوهش به شرح ذیل مطرح می‌گردد:



H_4: نوآوری مدل کسب‌وکار بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر دارد.

۴-۵- نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت

محققین بر این باورند که نوآوری مدل کسب‌وکار می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد. نوآوری مدل کسب‌وکار به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا با پیکربندی مجدد مکانیسم‌های ایجاد ارزش، عملکرد شرکت را افزایش دهند (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعات نشان می‌دهد نوآوری مدل کسب‌وکار ابزاری مؤثر است که می‌تواند در جهت افزایش ثبات و استحکام عملکرد بنگاه‌ها مورد استفاده قرار گیرد (فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰). حتی برخی از محققین بر این باورند "نوآوری مدل کسب‌وکار کلید عملکرد شرکت است" و رابطه مثبتی بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد یک شرکت وجود دارد. در همین راستا، عنوان می‌شود مدل‌های کسب‌وکار نوآور نقشی حیاتی در برتری عملکردی شرکت‌ها دارند (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹؛ کلاس و همکاران، ۲۰۱۹؛ منتر و همکاران، ۲۰۲۰؛ رشوندی و همکاران، ۲۰۲۱). لذا فرضیه پنجم پژوهش مطرح می‌گردد:

H_5: نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر دارد.

۴-۶- مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت

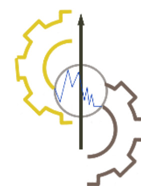
شرکت‌هایی که از مزیت رقابتي پایدار برخوردارند، عملکرد خود را افزایش مي‌دهند و با استمرار بیشتر مزیت رقابتی، عملکرد شرکت‌ها نسبت به قبل بهتر و بهتر می‌شود (نه و همکاران، ۲۰۱۹؛ فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰). مزیت‌های رقابتی نقشی مهم در عملکرد کسب‌وکارها دارد (کریا و همکاران، ۲۰۲۰). چرا که مزیت رقابتی پایدار با تقویت قدرت یک شرکت در بازار در رابطه با راه‌اندازی محصول، قیمت‌گذاری، بهبود کانال توزیع و استقرار تبلیغات به افزایش عملکرد آن کمک می‌کند (نه و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعات نیز نشان می‌دهد رابطه معناداری بین مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌ها وجود دارد (نه و همکاران، ۲۰۱۹؛ فریرا و همکاران، ۲۰۱۹؛ نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲؛ فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰؛ کریا و همکاران، ۲۰۲۰؛ رائوف و همکاران، ۲۰۱۹). لذا فرضیه ششم پژوهش به شرح ذیل مطرح می‌گردد:

H_7: مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر دارد.

۴-۷- نقش تعدیل‌گر پویایی محیطی درک شده

پویایی محیط در ادبیات همواره به‌عنوان تعدیل‌کننده مورد مطالعه قرار می‌گیرد. محیط‌هایی با پویایی پایین با تغییرات گاه‌به‌گاه و قابل پیش‌بینی و محیط‌های بسیار پویا با تغییرات سریع و غیر قابل پیش‌بینی مطابقت دارند و محصولات و فرآیندهای موجود به‌راحتی منسوخ می‌شوند و لازم است شرکت‌ها با توسعه فرآیندهای موجود یا فرآیندهای جدید در رقابت باقی بمانند. شرکت‌هایی که به دنبال قابلیت‌های پویا هستند جهت توسعه محصولات و فرآیندهای جدید، شرایط متغیر محیط پیرامون را در نظر می‌گیرند. لذا پویایی محیطی درک شده رابطه بین قابلیت‌های پویای شرکت با مزیت رقابتی پایدار (کیت و همکاران، ۲۰۱۸) و عملکرد آن را تعدیل می‌نماید (نکویی زاده و همکاران، ۲۰۱۵). میزان پویایی تغییرات در محیط نیز بر توانایی یک شرکت برای انطباق منابع با نیازهای جدید تاثیر می‌گذارد. قابلیت‌های پویا وابسته به متن هستند و محیط‌های مختلف دلالت بر اثرات مختلف قابلیت‌های پویا دارند؛ یعنی محیط‌های با پویایی بالاتر با فرصت‌ها و تهدیدهای بیشتر، شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا از قابلیت‌های پویا برای پیکربندی مجدد مدل‌های کسب‌وکار برای مطابقت بهتر با محیط استفاده کنند (یوآن و همکاران، ۲۰۲۱) و در صورت لزوم بازآرایی و تجدید کنند (لی و لیو، ۲۰۱۴). همچنین محیط خارجی شرکت‌ها یک عامل متغیر احتمالی ولی اثرگذار بر حفظ مزیت رقابتی است. برای حفظ مزیت رقابتی و بهبود عملکرد، شرکت‌ها باید منابع خود را به‌طور مستمر در تطابق با تغییرات محیط کسب‌وکار خود تجدید کنند (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). به عبارتی، محیط امروزی با تغییرات لجام گسیخته، کسب و حفظ مزیت رقابتی را دشوار ساخته است. ادبیات متأخر در حوزه مدیریت نشان می‌دهد که مزیت

رقابتی پایدار شرایطی است که سازمان‌ها مجموعه‌ای از مزیت‌هایی را به دست می‌آورند و از طریق کنار آمدن با پویایی محیطی، ارزش‌آفرینی بهتری در مقایسه با رقبا دارند (لی و لیو، ۲۰۱٤). لذا فرضیه‌های هفتم تا یازدهم مطرح می‌گردد:



H_7: رابطه بین قابلیت‌های پویا و نوآوری مدل کسب‌وکار با تأکید بر پویایی محیطی درک شده تعدیل می‌شود.

H_8: رابطه بین قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی پایدار با تأکید بر پویایی محیطی درک شده تعدیل می‌شود.

H_9: رابطه بین قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت با تأکید بر پویایی محیطی درک شده تعدیل می‌شود.

H_{10}: رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار با تأکید بر پویایی محیطی درک شده تعدیل می‌شود.

H_{11}: رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت با تأکید بر پویایی محیطی درک شده تعدیل می‌شود.

۸-۴- نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار

تعداد زیادی از مطالعات با تمرکز بر رابطه نوآوری-عملکرد، بر این باورند که منجر به افزایش عملکرد می‌شود. توسعه نوآوری موفق برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی سازمان ضروری است و شرکت‌ها از این طریق می‌توانند عملکرد خود را بهبود دهند. امروزه به دلیل تکامل محیط رقابتی، نوآوری یک عامل حیاتی در عملکرد شرکت است و تاثیر مستقیمی بر عملکرد شرکت دارد. مزیت رقابتی به‌عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به هدف در نظر گرفته می‌شود که اغلب با ایجاد ارزش برتر تسهیل می‌شود (فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰). به این منظور، نوآوری مدل کسب‌وکار با جستجوی راه‌های جدید و خلق و ارائه ارزش برتر برای ذینفعان، اساساً بر یافتن راه‌های جدید جهت ایجاد نوسازی و تعریف گزاره‌های ارزش برای مشتریان، تأمین‌کنندگان و شرکا تأکید دارد. نوآوری مدل کسب‌وکار برای شرکت‌ها این امکان را فراهم می‌کند تا با تبدیل فرصت‌های جدید بازار به مدل‌های کسب‌وکار جدید و ایجاد ارزش جدید برای مشتری به مزیت رقابتی دست یابند و عملکرد خود را بهبود بخشند (کلاس و همکاران، ۲۰۱۹). بااین‌حال، محققین به این نتیجه رسیده‌اند که فقدان قابلیت‌های پویا می‌تواند به‌طور قابل توجهی مانع نوآوری شود (اشمیت و اسکارینگلا[1]، ۲۰۲۰). توانایی یک شرکت برای ایجاد ارزش مشتری برتر به نحوه ترکیب مجدد منابع و قابلیت‌های آن بستگی دارد و قابلیت‌های پویا به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که محصولات و فرآیندهای جدیدی ایجاد کنند که آن‌ها را قادر می‌سازد به شرایط متغیر بازار پاسخ دهند (کریا و همکاران، ۲۰۲۰) و به توسعه محصول جدید بپردازند (اشمیت و اسکارینگلا، ۲۰۲۰) با تکیه بر مطالعات مفهومی محققین استدلال می‌کنند که شرکت‌های با قابلیت‌های پویای قوی‌تر می‌توانند فعالیت‌های خود را با انعطاف‌پذیری بیشتری نسبت به رقبای خود تغییر دهند (تسه، ۲۰۱۸). لذا قابلیت‌های پویا به‌عنوان یک عامل توانمندساز برای ایجاد گزاره‌های ارزش جدید است (اشمیت و اسکارینگلا، ۲۰۲۰). لذا فرضیه‌های دوازدهم و سیزدهم مطرح می‌گردد:

H_{12}: نوآوری مدل کسب‌وکار رابطه بین قابلیت‌های پویا با مزیت رقابتی پایدار را میانجی می‌کند.

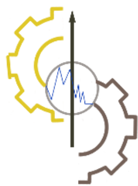
H_{13}: نوآوری مدل کسب‌وکار رابطه بین قابلیت‌های پویا با عملکرد شرکت‌ها را میانجی می‌کند.

قابلیت پویا یکی از کلیدهای دستیابی به مزیت رقابتی و در نتیجه عملکرد برتر است. قابلیت‌های پویا به‌عنوان "جهت‌گیری رفتاری یک شرکت به‌طور مداوم برای ادغام، پیکربندی مجدد، تجدید و بازسازی منابع و قابلیت‌ها و مهم‌تر از همه، ارتقاء و بازسازی قابلیت‌های اصلی شرکت‌ها در پاسخ به محیط در حال تغییر برای دستیابی به مزیت رقابتی و حفظ آن تعریف می‌شوند (فریرا و همکاران، ۲۰۲۰). محققان از نظر نتایج، توافق دارند که قابلیت‌های پویا با مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌ها مرتبط است و به ضرورتی انکارناپذیر در راستای حفظ و ارتقای رقابت‌پذیری شرکت‌ها در یک محیط در حال تغییر تبدیل شده است (فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰). لذا فرضیه چهاردهم پژوهش به شرح ذیل مطرح می‌گردد:

[1] Schmidt and Scaringella

نوروزی و همکاران/ مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، دوره ۳، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱، صفحه: ۲۹۶-۲۷۸

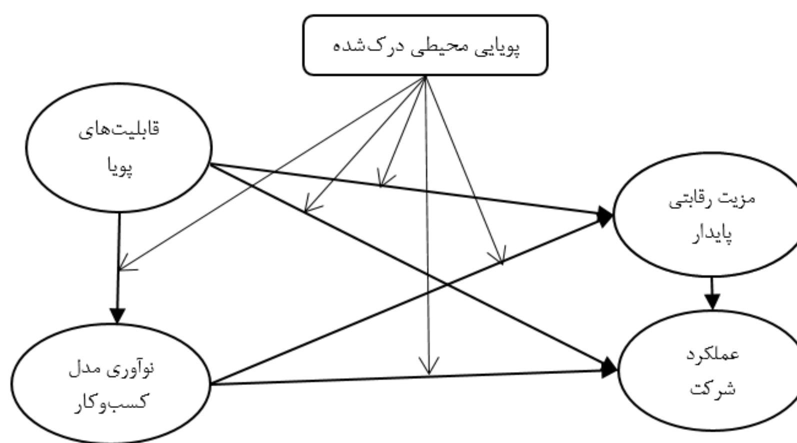
H_{14}: مزیت رقابتی پایدار رابطه بین قابلیت‌های پویا با عملکرد شرکت‌ها را میانجی می‌کند.



نوآوری مدل کسب‌وکار با ایجاد نوعی مزیت رقابتی پایدار به عملکرد برتر شرکت‌ها کمک می‌کند (خان و همکاران[1]، ۲۰۱۹). نوآوری مدل کسب‌وکار یک ساختار معتبر برای توضیح مزیت رقابتی است و نقش اساسی در بهبود عملکرد شرکت دارد (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹). در حقیقت، نوآوری مدل کسب‌وکار به‌عنوان یک فعالیت جامع، با ایجاد تغییرات وسیع در فعالیت‌های تجاری گذشته با دشوار نمودن تقلید برای رقبا، با تنظیم موانع ورود، عملکرد شرکت را افزایش می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که نوآوری مدل کسب‌وکار منجر به پیامدهایی می‌شود. اول اینکه، با اضافه کردن قابلیت انعطاف‌پذیری استراتژیک، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که در محیط‌های پویا با رویکردی فرصت‌طلبانه نسبت به فرصت‌های موجود در محیط خارجی سازمان واکنش نشان دهند. دوم اینکه، به مدیران در جهت بهبود رقابت شرکت با بازآرایی متناسب ارزش، یا ایجاد ارزش کاملاً جدید و یا با کاهش هزینه‌ها در ایجاد ارزش برای مصرف‌کنندگان کمک نموده و در دست‌یابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی پایدار و در نتیجه عملکرد برتر نقشی اساسی دارد (بشیر و ورما، ۲۰۱۸). به عبارتی، نوآوری مدل کسب‌وکار در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار به ویژه در بازارهای آشفته نقش موثرتری دارد و به عملکرد برتر ختم می‌گردد (خان و همکاران، ۲۰۱۹). لذا فرضیه پانزدهم به شرح ذیل مطرح می‌گردد:

H_{15}: مزیت رقابتی پایدار رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار با عملکرد شرکت‌ها را میانجی می‌کند.

با توجه به آنچه که تاکنون بیان شد، مدل پژوهش مطابق با **شکل ۱** به شرح ذیل است:



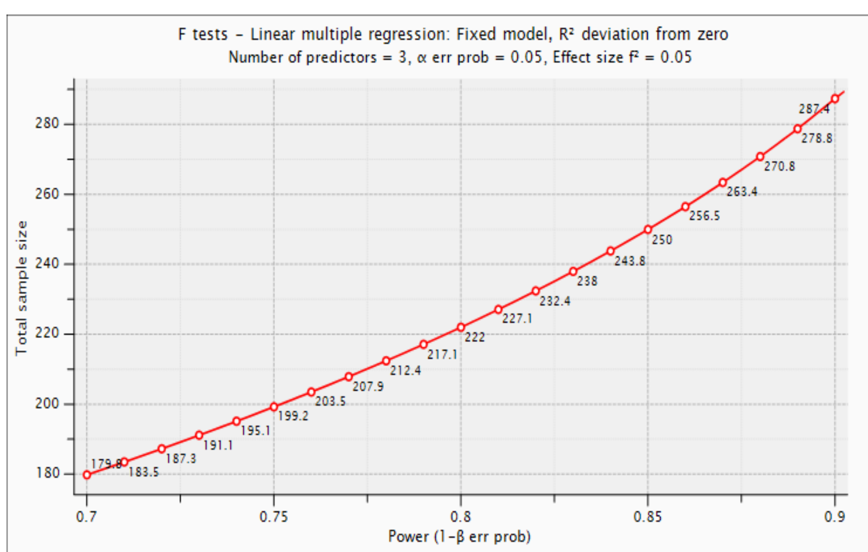
شکل ۱- چارچوب نظری پژوهش.
Figure 1- The research theoretical framework.

۵- روش پژوهش

پژوهش حاضر دارای هدفی کاربردی و ماهیتی توصیفی-پیمایشی از نوع مقطعی است. جامعه مورد مطالعه شامل مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی بودند که بر اساس آمار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری شامل ۶۵۳۹ شرکت بود. از این تعداد، بیش از ۵۲٪ شرکت‌ها در استان تهران مستقر بودند که به‌عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب شدند. با توجه به مشکلات قواعد سرانگشتی در تعیین حجم نمونه و احتمال بروز خطای نوع اول و نوع دوم (ولف و همکاران[2]، ۲۰۱۳)، به‌منظور تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار *G-Power 3* استفاده شد (فائول و همکاران[3]، ۲۰۰۹) و با در نظر گرفتن سه متغیر پیش‌بین، سطح خطای ۵٪، اندازه اثر ۰/۰۵ و حداقل توان آزمون ۸۰٪، ۲۲۲ نفر محاسبه گردید (**شکل ۲**). داده‌ها با پرسشنامه‌های استاندارد پویایی محیطی درک شده (لی و لیو، ۲۰۱۴)، قابلیت‌های پویا (مونتیرو و همکاران[4]، ۲۰۱۹)، نوآوری مدل کسب‌وکار (آسموخا و همکاران[5]، ۲۰۱۹) و مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت (اکرم و همکاران[6]، ۲۰۱۸) جمع‌آوری شد. با اعمال روایی محتوا، ۳۰ پرسشنامه پیش‌آزمون شد تا ابهامات احتمالی پاسخ‌ها شناسایی شود. نتایج رضایت‌بخش بود (آلفای کرونباخ>۰/۷). جهت کاهش احتمال سوگیری پاسخ‌ها، محرمانه بودن پاسخ‌دهنده‌ها و پاسخ‌ها تضمین شد.

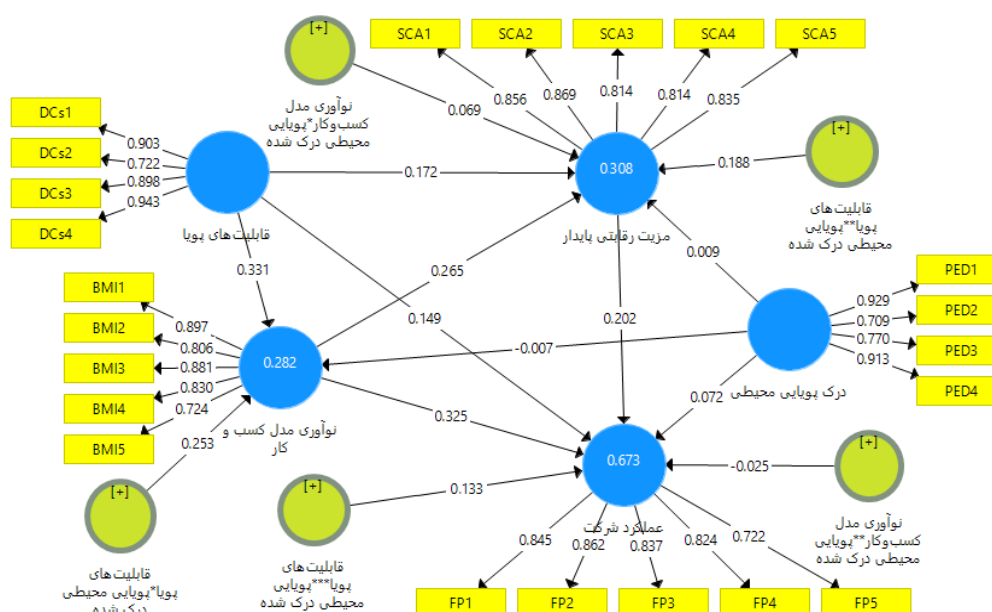
[1] Khan et al.
[2] Wolf et al.
[3] Faul et al.
[4] Monteiro et al.
[5] Asemokha et al.
[6] Akram et al.

در کل، ۲۵۰ پرسشنامه با روش نمونه‌گیری در دسترس به صورت آنلاین توزیع شد و ۲۱۸ پرسشنامه گردآوری و استفاده شد. جهت استفاده از *SEM* حداقل حجم نمونه ۵ برابر گویه‌ها است (لم و همکاران[1]، ۲۰۲۱) که این نسبت در تحقیق حاضر ۹/۴۷ است. داده‌های جمعیت‌شناختی با نرم‌افزار *SPSS* نسخه ۲۶ تحلیل شد (سارستد و همکاران[2]، ۲۰۲۱). برای آزمون مدل در قالب رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری از نرم‌افزار *Smart PLS* نسخه ۳ استفاده شد. ابتدا بارهای عاملی سوالات بررسی شد تا از مقدار حداقلی ۰/۷ تبعیت نمایند. سپس مدل پژوهش در سه مرحله بررسی شد. ابتدا پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری ارزیابی شد. پایایی با سه آزمون آلفای کرونباخ *(C.A)*، پایایی ترکیبی *(CR)* و شاخص *Rho_A* ارزیابی شد. روایی نیز با روایی همگرا از طریق آزمون میانگین واریانس استخراجی *(AVE)* و روایی واگرا با دو آزمون فورنل-لارکر و آزمون چند خصیصه-چند روش *(HTMT)* ارزیابی شد. در پایان، کیفیت مدل اندازه‌گیری سنجیده شد. در بخش مدل ساختاری پژوهش، ابتدا فرضیه‌ها آزمون شدند و سپس شاخص‌های مربوط به کیفیت پیش‌بینی کنندگی مدل ساختاری ارزیابی شدند که از معیار ضریب تعیین (R^2) و Q^2 استون-گیسر استفاده شد. در نهایت، مدل کلی پژوهش با دو آزمون نکوئی برازش *(GOF)* و ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده *(SRMR)* ارزیابی شد و سپس اثرات میانجی بررسی شد. برای آزمون مدل، پویایی محیطی درک شده با نماد *(PED)*، قابلیت‌های پویا با نماد *(DCs)*، نوآوری مدل کسب‌وکار با نماد *(BMI)*، مزیت رقابتی پایدار با نماد *(SCA)* و عملکرد شرکت با نماد *(FP)* خلاصه شده است.



شکل ۲- اندازه نمونه توصیه شده بر اساس تحلیل توان آزمون (نرم‌افزار جی-پاور ۳: فائول و همکاران، ۲۰۰۹).

Figure 2- Recommended sample size based on test power analysis (G-Power 3: Faul et al., 2009).



شکل ۳- مدل پژوهش مبتنی بر تخمین ضرایب استاندارد (منبع: یافته‌های پژوهش).

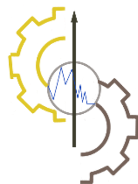
Figure 3- The research model based on standardized coefficients estimate (reference: research findings).

[1] Lam et al.

[2] Sarstedt et al.

۶- یافته‌های پژوهش

بخش جمعیت‌شناختی پرسشنامه در قالب **جدول ۲** به نمایش درآمده است.



جدول ۲- مشخصات جمعیت‌شناختی اعضای نمونه (منبع: یافته‌های پژوهش).

Table 2- Demographic characteristics (reference: research findings).

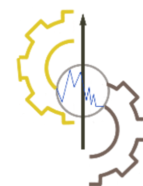
آیتم‌ها	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
حیطه فعالیت	بیوتکنولوژی، کشاورزی و صنایع غذایی	19	9
	داروسازی	28	12.9
	صنایع شیمیایی	23	10.5
	ماشین‌آلات پیشرفته	35	15.5
	تجهیزات پزشکی	11	5
	برق و سیستم‌های الکترونیک و مخابرات	46	20.3
	فناوری اطلاعات	39	18
	خدمات تجاری سازی	17	8.8
جنسیت	آقا	181	83
	خانم	37	17
سن	کمتر از ۳۰ سال	23	10.6
	۳۰-۴۰	97	44.5
	۴۱-۵۰	63	28.9
	۵۱ و بالاتر	35	16
سطح تحصیلات	لیسانس	42	19.3
	فوق لیسانس	115	52.7
	دکتری	61	28
میزان تجربه مدیریتی	کمتر از ۵ سال	91	41.7
	۵-۱۰	99	45.4
	بیش از ۱۰ سال	28	12.9
جمع کل		n = 218	100 (%)

شکل ۳ به نمایش خروجی *PLS Algorithm* مدل تحقیق در قالب تخمین ضرایب استاندارد پرداخته است که بر اساس آن بار عاملی تمامی سوالات بالای ۰/۷ شده است.

جدول ۳- پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری (منبع: یافته‌های پژوهش).

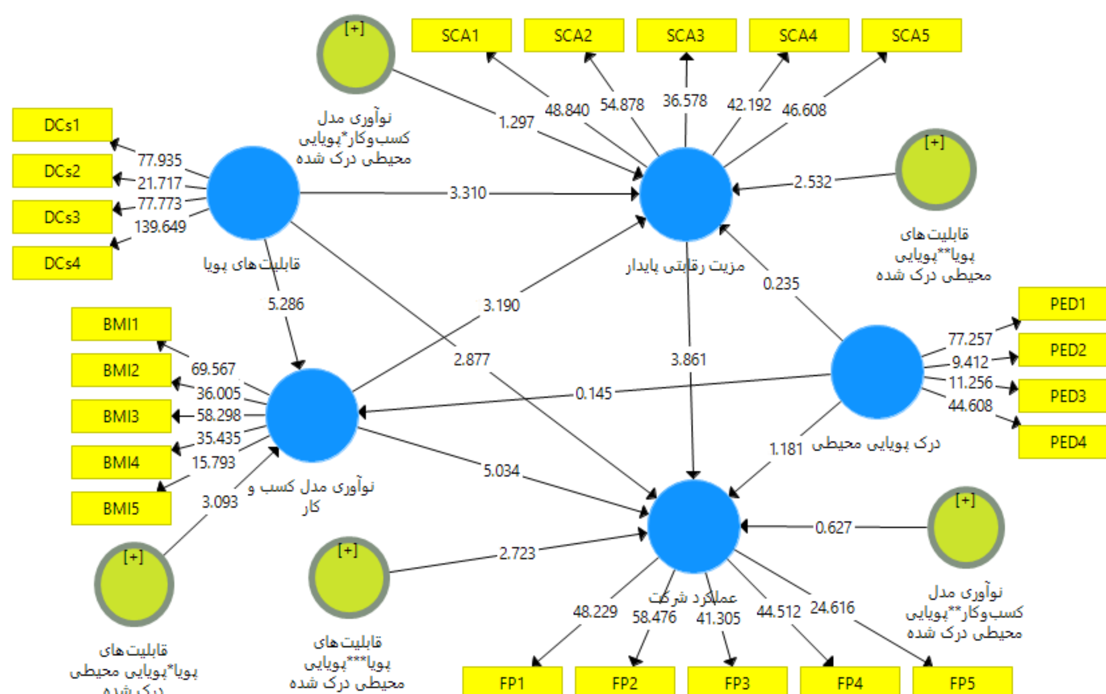
Table 3- Reliability and validity for the measurement model (reference: research findings).

آزمون‌ها	متغیرها	DCs	BMI	SCA	FP	PED
آلفای کرونباخ (C.A)		0.890	0.886	0.894	0.878	0.875
پایایی ترکیبی (CR)		0.926	0.917	0.922	0.911	0.901
شاخص Rho_A		0.896	0.897	0.900	0.891	0.890
میانگین واریانس استخراجی (AVE)		0.758	0.688	0.702	0.672	0.698
شاخص اشتراکی سازه (CV COM)		0.560	0.513	0.528	0.490	0.488
معیار فورنل-لارکر	DCs	0.871				
	BMI	0.614	0.830			
	SCA	0.639	0.739	0.838		
	FP	0.643	0.732	0.761	0.820	
	PED	0.384	0.214	0.245	0.319	0.836
چند خصیصه-چندروش (HTMT)	DCs	1				
	BMI	0.689	1			
	SCA	0.713	0.818	1		
	FP	0.722	0.816	0.838	1	
	PED	0.387	0.192	0.236	0.302	1



بر اساس نتایج **جدول ۳**، پایایی مدل از طریق ارزیابی دو آزمون آلفای کرونباخ *(C.A)*، پایایی ترکیبی *(CR)* و شاخص *Rho_A* با مقادیر بالای ۰/۷ تأیید شد. روایی با ارزیابی آزمون‌های میانگین واریانس استخراجی (تمامی مقادیر بالای ۰/۵ شدند)، معیار فورنل-لارکر (مقادیر روی قطر جدول بیشتر از سایر مقادیر شدند) و آزمون *HTMT* (تمامی مقادیر زیر ۰/۹ شدند) تأیید شد. کیفیت مدل اندازه‌گیری نیز از طریق آزمون شاخص اشتراکی سازه *(CV COM)* با سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به معنی قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی، مقایسه گشت و در سطح قوی ارزیابی شد.

پس از مدل اندازه‌گیری، محققین بر مدل ساختاری پژوهش متمرکز شدند (**شکل ٤**).



شکل ۴- مدل پژوهش مبتنی بر معناداری ضرایب استاندارد (منبع: یافته‌های پژوهش).

Figure 4- The research model based on significance of standardized coefficients (reference: research findings).

جدول ۴- خلاصه نتایج مدل ساختاری: ضرایب مسیر و آزمون فرضیه‌ها (منبع: یافته‌های پژوهش).

Table 4- Path coefficients and hypothesis tests (reference: research findings).

اثرات مستقیم (Direct effects)

فرضیه	مسیر ارتباط	ضریب مسیر	سطح خطا	آماره t	نتیجه
H1	BMI←DCs	0.331	0.000	5.286	معنادار شد
H2	SCA←DCs	0.172	0.001	3.310	معنادار شد
H3	FP←DCs	0.149	0.004	2.877	معنادار شد
H4	SCA←BMI	0.256	0.002	3.190	معنادار شد
H5	FP←BMI	0.325	0.000	5.034	معنادار شد
H6	FP←SCA	0.202	0.000	3.861	معنادار شد
H7	BMI←DCs×PED	0.253	0.003	3.093	معنادار شد
H8	SCA←DCs×PED	0.188	0.006	2.532	معنادار شد
H9	FP←DCs×PED	0.133	0.005	2.723	معنادار شد
H10	SCA←BMI×PED	0.069	0.072	1.297	رد شد
H11	FP←BMI×PED	-0.025	0.114	0.676	رد شد

اثرات میانجی گر (Mediator effects)

فرضیه	مسیرهای میانجی: مسیر مستقیم c	آماره t	مسیر غیر مستقیم a	b	VAF	نتیجه
H12	0.377	6.541	0.331	0.265	0.189	عدم میانجی گری
H13	0.303	4.895	0.331	0.325	0.262	میانجی گر جزئی
H14	0.250	2.994	0.172	0.202	0.122	عدم میانجی گری
H15	0.482	8.016	0.265	0.202	0.100	عدم میانجی گری

ابتدا فرضیه‌های مربوط به اثرات مستقیم بررسی شد. سپس جهت تحلیل میانجی‌ها، مدل پژوهش بدون متغیرهای میانجی احتمالی (مسیر مستقیم) اجرا و مقادیر ضریب مسیر (c) و آماره t محاسبه شد و با ضرایب مسیر (a,b) و آماره t مسیرهای غیر مستقیم (به ترتیب، **شکل ۳** و **۴**)، مقدار شمول واریانس [$VAF = (a \times b)/(a \times b + c)$] محاسبه و با بازه ($VAF$<۰/۸>۰/۲؛ میانجی‌گر جزئی و ۰/۸ <VAF؛ میانجی‌گر کامل) مقایسه شد تا کیفیت میانجی‌گری‌ها آشکار شود (هرجر و همکاران[1]، ۲۰۱۶). نتایج در قالب **جدول ٤** خلاصه شده است.

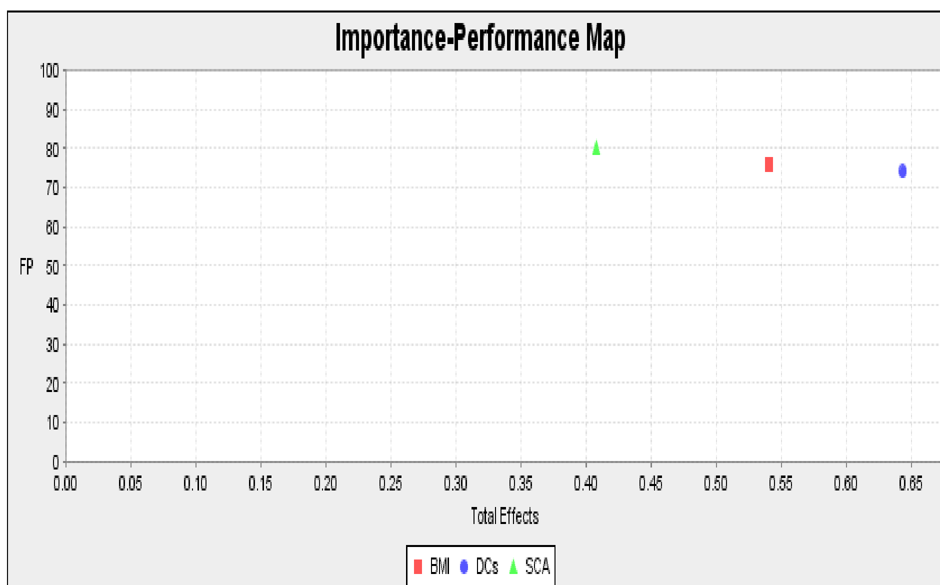
پس از ارزیابی فرضیه‌ها شاخص‌های ارزیابی کیفیت مدل ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس، ضریب تعیین (R^2) با سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به معنی مقادیر ضعیف، متوسط و قوی مقایسه شد. همچنین کیفیت مدل ساختاری با آزمون Q^2 استون-گیسر و با سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به معنی قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی مقایسه شد. پس از مدل ساختاری، محققین با دو آزمون $SRMR$ (مقادیر باید کمتر از ۰/۰۸ باشد) و GOF (مقادیر باید با سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب یعنی ضعیف، متوسط و قوی مقایسه شوند) به سنجش کیفیت مدل کلی پرداختند. نتایج این آزمون‌ها در **جدول ۵** قابل مشاهده است.

جدول ۵- نتایج شاخص‌های مدل ساختاری (منبع: یافته‌های پژوهش).

Table 5- Results of structural model characteristics (reference: research findings).

FP	SCA	BMI	
0.673	0.308	0.282	R^2
0.416	0.396	0.244	Q^2
Estimated Model=0.074	Saturated Model=0.074		SRMR
$\sqrt{\overline{AVE} \times \overline{R^2}} = \sqrt{3.518 \times 1.363} = 0.565$			GOF

در پایان، جهت تبیین سهم هر کدام از متغیرهای پیش‌بین در توضیح رفتار متغیر هدف، از تجزیه‌وتحلیل نقشه اهمیت-عملکرد استفاده شد (اکرم و همکاران، ۲۰۱۸). این ماژول، با یک دسته‌بندی دو بعدی در قالب اهمیت (محور افقی) و عملکرد (محور عمودی) گزینه‌ها، به بررسی و نمایش اثر متغیرهای یک مدل بر متغیر هدف می‌پردازد. بر این اساس، مدیران شرکت‌ها با پایش نقشه اهمیت و عملکرد قادر خواهند بود اقداماتی را که از اهمیت بالاتری برخوردارند، در اولویت اقدامات خود قرار دهند. مطابق با **شکل ۵**، بر مبنای درک مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان از پویایی محیط کسب‌وکار، قابلیت‌های پویا از بیشترین اهمیت (۰/۶۴۳) در بهبود عملکرد این شرکت‌ها برخوردار است و به ازای هر یک واحد تقویت قابلیت‌های پویا، به اندازه ۰/۶۴۳ عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان بهبود خواهد یافت. از سوی دیگر، نتایج نشان می‌دهد عملکرد این متغیر در مقایسه با سایر متغیرها یعنی نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار کمتر است. لذا این بخش با اینکه پراهمیت‌ترین است اما کمتر به آن توجه شده است؛ بنابراین باید در اولویت کاری مدیران شرگت‌های دانش‌بنیان قرار گیرد. از نظر اهمیت، نوآوری مدل کسب‌وکار (۰/۵۴۰) و مزیت رقابتی پایدار (۰/۴۰۸) در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

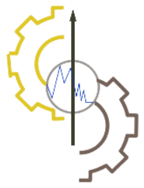


شکل ۵- نقشه اهمیت-عملکرد (منبع: یافته‌های پژوهش).

Figure 5- Importance-performance map (reference: research findings).

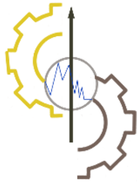
[1] Hair Jr et al.

۷- بحث و نتیجه‌گیری



هدف از این مطالعه، بهبود درک محققین از نحوه تاثیرگذاری قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی بود. با این امید که نتایج به دست آمده بتواند به‌عنوان یک کاتالیزور برای تحقیقات آتی عمل کرده و تعمیم یابد. مطالعه حاضر بر اساس ادبیات نوظهور در زمینه رویکردهای نوین به مطالعات مدیریت استراتژیک شرکت‌ها و شامل یک مدل تحقیقاتی بود که قابلیت‌های پویای سازمانی را به نتایج کلیدی آن شامل نوآوری مدل کسب‌وکار، مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت پیوند داد. نتایج پژوهش با پوشش شکاف‌های تحقیقاتی مطرح شده در بخش مقدمه مقاله، حمایتی کلی از مدل تحقیق ارائه و نشان داد که در یک بستر پویا، قابلیت‌های پویا با تقویت نوآوری مدل کسب‌وکار و خلق مزیت رقابتی پایدار در دستیابی شرکت‌های دانش‌بنیان به عملکرد بهتر اثرگذار است. این نتیجه به ادبیات چشم‌انداز قابلیت‌های پویا کمک می‌کند و تحقیقات اولیه در مورد نتایج به کارگیری قابلیت‌های پویا را به ویژه در زمینه شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی تأیید می‌کند و به نوعی به افزایش دانش عملی و علمی در مورد شناسایی و استفاده شرکت‌ها از شایستگی‌های اصلی مزیت‌آفرین در قالب قابلیت‌های پویا و تاثیر آن بر موفقیت آن‌ها کمک می‌کند. یافته‌های این پژوهش بینش‌های قابل توجهی از دیدگاه‌های مدیریتی و نظری ارائه می‌دهد و اطلاعات ارزشمندی را برای مقابله با چالش‌ها و فرصت‌های نوظهور برجسته می‌سازد و بینشی کلیدی برای مدیران ایجاد می‌کند تا با کنار گذاشتن قدیمی در مدیریت منابع، بر رویکردهای جدیدتر متمرکز شوند.

به‌منظور بررسی مدل پژوهش، محققین با تکیه بر ادبیات قبلی به آزمون فرضیه‌های خود پرداختند. در این چارچوب، مطابق با نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول، مسیر بین "قابلیت‌های پویا" و "نوآوری مدل کسب‌وکار " از نظر آماری قابل توجه بود(*T-value = 5.286, β =* 0.331). لذا، تاثیر قابلیت‌های پویا بر نوآوری مدل کسب‌وکار در سطح اطمینان ۹۹% تأیید شد. این نتایج همسو با مطالعات قبلی قرار گرفت (ویمن و همکاران، ۲۰۲۰؛ تسه، ۲۰۱۸؛ سلوک و همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس نتایج فرضیه دوم، مسیر بین "قابلیت‌های پویا" و "مزیت رقابتی پایدار" قابل توجه بود (*T-value = 3.310, β = 0.172*). لذا، تاثیر قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی پایدار در سطح اطمینان ۹۹% تأیید شد که با یافته‌های مطالعات قبلی همسو است (نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲؛ فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰؛ کریا و همکاران، ۲۰۲۰). مبتنی بر نتایج آزمون فرضیه سوم، مسیر بین "قابلیت‌های پویا" و "عملکرد شرکت" نسبتاً قابل توجه بود (*T-value = 2.877, β = 0.149*)؛ بنابراین، تاثیر قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۹% تأیید شد که هم‌راستا با یافته‌های محققین پیشین است (هرناندز لینارس و همکاران، ۲۰۲۱؛ نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲؛ فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰؛ کریا و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج آزمون فرضیه چهارم نشان داد مسیر بین "نوآوری مدل کسب‌وکار " و "مزیت رقابتی پایدار" قابل توجه است (*T-value = 3.190, β = 0.265*). لذا، تاثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر مزیت رقابتی پایدار در سطح اطمینان ۹۹% تأیید شد که با یافته‌های ادبیات پیشین هم‌راستا است (چیه و همکاران، ۲۰۱۸؛ محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۲۱؛ خان و همکاران، ۲۰۱۹). بر اساس نتایج فرضیه پنجم، مسیر بین "نوآوری مدل کسب‌وکار" و "عملکرد شرکت" قابل توجه بود (*T-value = 5.034, β = 0.325*)؛ بنابراین، تاثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۹% تأیید شد که با یافته‌های سایر محققین هم‌راستا است (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹؛ کلاس و همکاران، ۲۰۱۹؛ فانگستو و همکاران، ۲۰۲۰؛ منتر و همکاران، ۲۰۲۰؛ رشوندی و همکاران، ۲۰۲۱). مبتنی بر نتایج فرضیه ششم، مسیر بین "مزیت رقابتی پایدار" و "عملکرد شرکت" قابل توجه بود (*T-value = 3.861, β = 0.202*). لذا، تاثیر مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۹% تأیید شد که با یافته‌های پژوهشگران ادوار گذشته همسو می‌باشد (نه و همکاران، ۲۰۱۹؛ فریرا و همکاران، ۲۰۱۹؛ نوروزی و همکاران، ۲۰۲۲؛ فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰؛ کریا و همکاران، ۲۰۲۰؛ رائوف و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، فرضیه‌های هفتم تا یازدهم پژوهش به ارزیابی نقش تعدیل‌گر پویایی محیطی درک شده بر روی روابط هدف پرداخته‌اند. بر اساس نتایج فرضیه هفتم، پویایی محیطی درک شده رابطه بین قابلیت‌های پویا و نوآوری مدل کسب‌وکار را به‌طور مثبت تعدیل می‌نماید (*T-value = 3.093, β = 0.253*). نتیجه این فرضیه هم‌راستا با نتایج تحقیقات قبلی می‌باشد (لی و لیو، ۲۰۱٤). نتایج فرضیه هشتم نیز با تأیید برخی از یافته‌های کیفی همسو شد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸) و نشان داد که پویایی محیطی درک شده رابطه مابین قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی پایدار را به صورت مثبت تعدیل می‌نماید (*T-value = 2.532, β = 0.346*). در فرضیه نهم نیز همسو با مطالعات گذشته (نکویی زاده و همکاران، ۲۰۱۵)، پویایی محیطی درک شده رابطه بین قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت‌ها را به‌طور مثبت تعدیل می‌نماید (*T-value = 2.723, β = 0.133*). نتایج فرضیه‌های دهم و یازدهم نیز نشان داد که نقش تعدیل گری پویایی محیطی درک شده به ترتیب در رابطه بین "نوآوری مدل کسب‌وکار و مزیت رقابتی پایدار" (*T-value = 1.297, β = 0.069*) و رابطه بین نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد شرکت" (*T-value = 0.627, β = -0.025*) از نظر آماری ضعیف است؛ بنابراین این دو فرضیه رد شد. در توجیه این نتایج، مطابق با نظرات محققین می‌توان گفت از آن‌جا که قابلیت‌های پویا وابسته به متن هستند، درک درست شرکت‌ها از میزان پویایی محیط فعالیت در راستای تغییر مناسب قابلیت‌های پویا به‌منظور ایجاد، بازآرایی و یا



تجدید نظر در مدل‌های کسب‌وکار با هدف نوآوری مناسب با نیاز مشتریان کمک می‌نماید که این نیز بستگی به میزان درک و تفکر شهودی مدیران شرکت‌ها از تحولات صنعت دارد (یوآن و همکاران، ۲۰۲۱). در آخر، روابط میانجی ارزیابی شدند (فرضیه‌های ۱۲ تا ۱۵). بر این اساس، در قالب فرضیه‌های ۱۲ و ۱۳ پژوهش، نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار در رابطه بین "قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی پایدار" و "قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت" مورد بررسی قرار گرفت. در این بین، فرضیه ۱۲ رد شد (*VAF<0.2*). این نتیجه نشان می‌دهد قابلیت‌های پویا بیش از آنکه عاملی غیر مستقیم برای دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی پایدار باشند، در صدر عوامل اصلی و مستقیم تاب‌آوری شرکت‌ها در محیط پویای کسب‌وکار امروزی جهت دستیابی به جایگاه رقابتی قرار دارند. لذا باید در اولویت اقدامات مدیریت قرار گیرند (همان‌طور که قبلاً در ماتریس اهمیت-عملکرد این گونه بود). بااین‌حال فرضیه ۱۳ پژوهش تأیید گردید (*VAF>0.2*) که نشان می‌دهد قابلیت‌های پویا هم به‌طور مستقیم و هم از طریق تقویت نوآوری مدل کسب‌وکار بر بهبود عملکرد شرکت‌های بیمه تاثیر مثبت دارد. نتایج فرضیه‌های ۱۴ و ۱۵ پژوهش نیز نشان داد که مزیت رقابتی پایدار از نظر آماری، نقش میانجی‌گری ندارد (*VAF<0.2*). لذا این دو فرضیه رد شدند. به عبارتی، این نتایج می‌تواند به این دلیل باشد که اثرات مستقیم قابلیت‌های پویا و نوآوری مدل کسب‌وکار در بهبود عملکرد شرکت‌های بیمه بیشتر از اثرات غیر مستقیم آن‌ها است. همانگونه که در بخش ماتریس اهمیت-عملکرد نیز مشخص است مزیت رقابتی پایدار در اولویت آخر است. این می‌تواند به این دلیل باشد که امروزه با توجه به شتاب روزافزون دیجیتالی شدن کسب‌وکارها که به انقلاب صنعتی چهارم شهرت یافته و در حال از بین بردن موانع سنتی صنایع است، پیشرفت فناوری و تحولات محاسباتی جدید، با ایجاد رژیم‌های ارتباطی جدیدی در محیط کسب‌وکار، منجر به تغییر در تعامل سنتی بین مشتریان و تأمین‌کنندگان محصولات شده است. این تغییرات با کم رنگ‌تر کردن مفهوم مزیت رقابتی پایدار، حفظ جایگاه رقابتی شرکت‌ها را در گرو تدوین و به کارگیری استراتژی‌های توأم با نوآوری و بهبود مستمر قرار داده است.

فرض اساسی قابلیت‌های پویا این است که شرکت‌ها جهت دستیابی مزیت رقابتی بلندمدت باید از شایستگی‌های اصلی استفاده کنند. لذا توصیه می‌گردد مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان در ابتدا با استفاده از چارچوب *VRIO*[1] تمامی قابلیت‌هایی را که آن‌ها را متمایز می‌کند شناسایی کنند. در مرحله بعد، پس از تحلیل اولیه، با شناسایی منشأ قابلیت‌ها، استراتژی‌های همسو با هر یک از این قابلیت‌ها تدوین شود. در این مرحله مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان در کنار توجه به محتوای استراتژی‌های تدوین شده باید بر روی فرآیندهای تقویت کننده منشأ قابلیت‌ها و شیوه به کارگیری منابع متمرکز شوند. به این منظور مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند از ماتریس *SWOT*[2] استفاده نمایند تا نقاط قوت خود را بشناسند و قابلیت‌های پویای شرکت را از آن استخراج نمایند. همچنین قابلیت‌های پویا می‌تواند با بحث و بررسی در قالب ماتریس آنسوف تکمیل شود. استفاده از ماتریس آنسوف به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کند تا بهترین راه را برای استفاده از قابلیت‌های پویا برای رشد کسب‌وکار را در نظر بگیرند. در رابطه با نوآوری مدل کسب‌وکار پیشنهاد می‌شود در مواردی از قبیل پاسخ‌گویی به نیازهای موجود و برآورده نشده بازار، ورود فناوری‌ها و محصولات جدید به بازار، بهبود کارایی و نیز خلق تحول در توسعه بازار از طریق مدل کسب‌وکار مناسب‌تر و ایجاد یک بازار کاملاً جدید مدیران بر نوآوری مدل کسب‌وکار تمرکز نمایند. به این منظور مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند از ابزاری تحت عنوان هدایت‌گر کسب‌وکار (شامل ۵۵ الگوی متفاوت کسب‌وکار) استفاده نمایند و با بازآرایی مدل کسب‌وکار مناسب، فرآیندهای سازمانی نظیر ارزیابی مکرر نتایج کوتاه‌مدت مدل کسب‌وکار جدید را مد نظر قرار دهند.

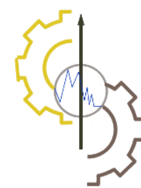
این مطالعه از نظر روش نمونه‌گیری، زمان (تحقیق پیمایشی مقطعی) و مدل تحقیق دارای محدودیت‌هایی است. در این زمینه، به دلیل مشکلات ناشی از اپیدمی کرونا که بر فضای تحقیق سایه افکنده بود و به دلیل عدم دسترسی به همه جامعه آماری، محققین به ناچار از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده نمودند. همچنین در زمینه جامعه آماری از آن‌جا که این تحقیق فقط در میان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در استان تهران انجام شد و از طرف دیگر، با توجه به اینکه این تحقیق در یک بازه زمانی کوتاه (مقطعی) انجام شده است، لذا باید در تعمیم یافته‌های این تحقیق باید با احتیاط رفتار شود. بر این اساس به محققین آتی پیشنهاد می‌شود یک تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انجام شود تا تمامی جامعه آماری از شانس برابر برای انتخاب شدن برخوردار باشند. همچنین تحقیقی مشابه با یک جامعه آماری بزرگ‌تر در سطح کشور در میان دانش‌بنیان‌ها با استفاده از یک طرح مطالعاتی طولی (به دلیل پویایی روزافزون محیط کسب‌وکار در شرکت‌های دانش‌بنیان و کوتاه‌تر شدن چرخه فن‌آوری) نیز باید انجام شود تا بررسی بهتری در مورد اثرات بلندمدت روابط متغیرهای مدل، با دقت و اعتبار بالاتر حاصل شود. افزون بر این، این تحقیق صرفاً شرکت‌های دانش‌بنیان را که از فن‌آوری بالا برای تولید محصول استفاده می‌کنند و در محیط‌های با پویایی بیشتر نسبت به دیگر کسب‌وکارها فعالیت می‌کنند و مجبورند بر لبه نوآوری باشند،

---

[1] Value, Rareness, Imitability & Organization

[2] Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats

مطالعه نمود، اما ممکن است برخی از نتایج تحقیق پیش رو در سایر صنایع که ثبات نسبی بیشتری دارند، تغییر نماید که می‌تواند به نتایج تحقیق حاضر خدشه وارد نماید. لذا برای اطمینان محققین بر این باور بودند که نیاز است تحقیق در سایر صنایع انجام شود تا نتایج پژوهش از پشتوانه نظری و تجربی محکم‌تر و معتبرتری برخوردار شود. از طرف دیگر، داده‌های این تحقیق با یک نرم‌افزار واریانس محور تجزیه‌وتحلیل شده‌اند، لذا پیشنهاد می‌شود از ابزار آماری مبتنی بر رویکرد کوواریانس محور برای تجزیه‌وتحلیل و گزارش نتایج استفاده شود. به‌غیراز این، ادبیات نشان می‌دهد پویایی محیطی علاوه بر نقش تعدیلگر می‌تواند عاملی موثر بر قابلیت‌های پویا باشد (لی و لیو، ۲۰۱٤). افزون بر این، سن و اندازه شرکت از عواملی هستند که می‌توانند بر مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت‌ها (اکرم و همکاران، ۲۰۱۸) و نوآوری شرکت‌ها (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹) اثرگذار باشند. با توجه به محدودیت‌های پیش روی محققین در رابطه با طولانی شدن پرسشنامه و احتمال عدم همکاری پاسخ‌دهندگان، این عوامل اثرگذار در مدل این تحقیق به کار گرفته نشد که ممکن است در نتایج نهایی تحقیق اثرگذار باشند و نتایج تغییر کند. لذا توصیه می‌گردد در مطالعات آتی این موارد مد نظر محققین آتی قرار گیرد.



تشکر و قدردانی

از تمامی عزیزانی که در انجام و بهبود کیفی محتوای این پژوهش به محققان کمک نمودند، به ویژه سردبیر، دست‌اندکاران و داوران نشریه مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع مالی

نویسندگان این اثر از هیچ حمایت مالی جهت تدوین و اجرای پژوهش استفاده ننموده‌اند.

تعارض با منافع

نویسندگان هیچ تعارض منافعی در نگارش و انتشار این اثر ندارند.

منابع

Ajalli, M., Mozaffari, M. M., & Akbari Ghalee Jough, M. (2021). Appraisal the effect of TQM and entrepreneurship on organizational performance of Rangsazi Company of Iran. *Innovation management and operational strategies*, *2*(2), 137-152. (**In Persian**). DOI: 10.22105/IMOS.2021.289223.1104

Akram, M. S., Goraya, M. A. S., Malik, A., & Aljarallah, A. M. (2018). Organizational performance and sustainability: exploring the roles of IT capabilities and knowledge management capabilities. *Sustainability*, *10*(10), 3816. https://doi.org/10.3390/su10103816

Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Self-leadership skills as intangible resources for sustainable competitive advantage. *Advanced engineering science*, *46*(1), 88-104. https://ssrn.com/abstract=3824663

Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: implications for international performance. *Journal of international entrepreneurship*, *17*(3), 425-453.

Bahmani, A., Aslani, F., & Mousavizadeh, S. R. (2022). Investigating the factors affecting the performance of businesses in science and Technology Park. *Innovation management and operational strategies*, *2*(4), 350-365. (**In Persian**) .DOI: 10.22105/IMOS.2021.293283.1132

Baía, E. P., & Ferreira, J. J. (2019). Dynamic capabilities and performance: how has the relationship been assessed?. *Journal of management & organization*, 1-30. https://doi.org/10.1017/jmo.2019.88

Barney, J. B., Ketchen Jr, D. J., & Wright, M. (2021). Bold voices and new opportunities: an expanded research agenda for the resource-based view. *Journal of management*, *47*(7), 1677-1683.

Bashir, M., & Verma, R. (2018). Internal factors & consequences of business model innovation. *Management decision*, 57(1), 262-290.

Cheah, S., Ho, Y. P., & Li, S. (2018). Business model innovation for sustainable performance in retail and hospitality industries. *Sustainability*, *10*(11), 3952. https://doi.org/10.3390/su10113952

Clauss, T., Abebe, M., Tangpong, C., & Hock, M. (2019). Strategic agility, business model innovation, and firm performance: an empirical investigation. *IEEE transactions on engineering management*, *68*(3), 767-784.

Clauß, T., Bouncken, R. B., Laudien, S., & Kraus, S. (2020). Business model reconfiguration and innovation in SMEs: a mixed-method analysis from the electronics industry. *International journal of innovation management*, *24*(02), 2050015. https://doi.org/10.1142/S1363919620500152

Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2020). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance. *Journal of strategy and management*, *14*(2), 187-206.

Dehghani Soltani, M., & Mesbahi, M. (2020). The impact of organizational memory on the development of new products in knowledge-based companies. *Journal of business administration researches*, *11*(22), 177-196.

Do, B., & Nguyen, N. (2020). The links between proactive environmental strategy, competitive advantages and firm performance: an empirical study in Vietnam. *Sustainability*, *12*(12), 4962. https://doi.org/10.3390/su12124962

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G* Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior research methods*, *41*(4), 1149-1160.

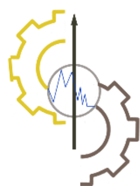
Ferreira, J. A. B., Coelho, A. M., & Weersma, L. A. (2019). The mediating effect of strategic orientation, innovation capabilities and managerial capabilities among exploration and exploitation, competitive advantage and firm's performance. *Contaduría y administración*, *64*(1), 1-25. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1918

Ferreira, J., & Coelho, A. (2020). Dynamic capabilities, innovation and branding capabilities and their impact on competitive advantage and SME's performance in Portugal: the moderating effects of entrepreneurial orientation. *International journal of innovation science*, *12*(3), 255-286.

Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: the moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, *92*, 102061 .https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004

Ghafouri, S. M. H., Elyasi, M., Amiri, M., & Seyednaghavi, M. A. (2019). A comparative study of leadership styles affecting the success of iranian new knowledge-based companies - multiple case study. *Journal of technology development management*, *7*(4), 9-27. (**In Persian**). https://dx.doi.org/10.22104/jtdm.2020.3679.2298

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, Ch. M., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications. https://us.sagepub.com/en-us/nam/a-primer-on-partial-least-squares-structural-equation-modeling-pls-sem/book244583



Hernández-Linares, R., Kellermanns, F. W., & López-Fernández, M. C. (2021). Dynamic capabilities and SME performance: the moderating effect of market orientation. *Journal of small business management*, *59*(1), 162-195.

Ibarra, D., Ganzarain, J., & Igartua, J. I. (2018). Business model innovation through Industry 4.0: a review. *Procedia manufacturing*, *22*, 4-10.

Keat, L. I., Sam, T. L., & Kadir, K. A. (2018). Effect of knowledge management, management innovation and dynamic capabilities in sustaining competitive advantage in dynamic business environments. *International journal of accounting*, *3*(15), 01-12.

Khan, S. Z., Yang, Q., & Khan, N. U. (2019, January). Impact of intellectual capital management on sustainable competitive advantage via business model innovation. *Proceedings of the 2019 3rd international conference on management engineering, software engineering and service sciences* (pp. 212-216). https://doi.org/10.1145/3312662.3312688

Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation. *Journal of open innovation: technology, market, and complexity*, *7*(1), 66. https://doi.org/10.3390/joitmc7010066

Li, D. Y., & Liu, J. (2014). Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China. *Journal of business research*, *67*(1), 2793-2799.

Li, W., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Kwabena, G. Y., Erusalkina, D., & Anwar, F. (2020). Value co-creation and growth of social enterprises in developing countries: moderating role of environmental dynamics. *Entrepreneurship research journal*, 20190359, 1-28. https://doi.org/10.1515/erj-2019-0359

Lindgren, P. (2018). *The multi business model innovation approach*. River Publishers.

Mahdi, O. R., & Nassar, I. A. (2021). The business model of sustainable competitive advantage through strategic leadership capabilities and knowledge management processes to overcome covid-19 pandemic. *Sustainability*, *13*(17), 9891. https://doi.org/10.3390/su13179891

Menter, M., Göcke, L., Zeeb, C., & Clauß, T. (2020). Disentangling the complex relationships between business model innovation and firm performance. *Academy of management proceedings* (Vol. 2020, No. 1, p. 19128). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management. https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.19128abstract

Mohammadkazemi, R., Talebi, K., & Davari, A. (2021). Investigating the impact of business model innovation on creation of competitive advantage with the mediating effects of entrepreneurial empowering (case study: ICT-based knowledge-based companies). *Journal of entrepreneurship development*, *14*(2), 321-329. (**In Persian**). DOI: 10.22059/JED.2021.315134.653534

Monteiro, A. P., Soares, A. M., & Rua, O. L. (2019). Linking intangible resources and entrepreneurial orientation to export performance: the mediating effect of dynamic capabilities. *Journal of innovation & knowledge*, *4*(3), 179-187.

Na, Y. K., Kang, S., & Jeong, H. Y. (2019). The effect of market orientation on performance of sharing economy business: Focusing on marketing innovation and sustainable competitive advantage. *Sustainability*, *11*(3), 729. https://doi.org/10.3390/su11030729

Nekooeezadeh, M., Hosseini, S. M., Gahrache, M., & Hajikarimi, A. (2015). Efficiency of dynamic capabilities in the technical and market dynamics of the environment. *Journal of strategic management studies*, *6*(22), 39-60. (**In Persian**). http://ensani.ir/fa/article/download/405128

Norouzi, H., Rashnavadi, Y., Nosrat Panah, R., & Beigi, S. (2022). Investigation the influence of knowledge management, management innovation and dynamic capabilities on export firms' performance. *Journal of international business administration*, *4*(4), 69-88. (**In Persian**). DOI: 10.22034/JIBA.2021.43150.1606

Pang, C., Wang, Q., Li, Y., & Duan, G. (2019). Integrative capability, business model innovation and performance: contingent effect of business strategy. *European journal of innovation management*, *22*(3), 541-561. https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2018-0208

Pezeshkan, A., Fainshmidt, S., Nair, A., Frazier, M. L., & Markowski, E. (2016). An empirical assessment of the dynamic capabilities–performance relationship. *Journal of business research*, *69*(8), 2950-2956.

Phangestu, J., Kountur, R., & Prameswari, D. A. (2020). The moderating effect of entrepreneurial leadership and competitive advantage on the relationship Bbetween business model innovation and startup performance. *Journal of business and retail management research*, *14*(3), 53-61.

Rashnavadi, Y., Sadeghvaziri, F., & Nosrat Panah, R. (2021). Improve company performance through knowledge management capabilities, strategic flexibility and strategic agility; the mediating role of business model innovation. *Innovation management in defense organizations*, *4*(1), 79-106. (**In Persian**). https://doi:10.22034/qjimdo.2021.262799.1390

Rauf, A., Kadir, A. R., & Kamariah, N. (2019, October). The role of firm's unique resource in developing sustainable competitive advantage from strategy inimitability and its effect on firm performance of mining companies in Indonesia. *Journal of physics: conference series* (Vol. 1341, No. 9, p. 092022). IOP Publishing. https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1341/9/092022/meta

Sadeghi, A., Khodabakhshi, M., & Mir Ghasemi, Z. (2021). The impact of technology orientation on the export performance with emphasis on the mediating role of innovation and moderating role of corporate social responsibility. *Innovation management and operational strategies*, *2*(3), 268-284. (**In Persian**). http://www.journal-imos.ir/article_140270.html?lang=en

Sadr, S. M. J., & Ansari, R. (2015). The effect of open innovation and technical turbulence on innovation performance in order to achieve competitive advantage in knowledge intensive companies. *Journal of improvement management*, *9*(1), 95-114. (**In Persian**). http://www.behboodmodiriat.ir/article_42870.html?lang=en

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.

Schmidt, A. L., & Scaringella, L. (2020). Uncovering disruptors' business model innovation activities: evidencing the relationships between dynamic capabilities and value proposition innovation. *Journal of engineering and technology management*, *57*, 101589. https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101589

Soluk, J., Miroshnychenko, I., Kammerlander, N., & De Massis, A. (2021). Family influence and digital business model innovation: the enabling role of dynamic capabilities. *Entrepreneurship theory and practice*, *45*(4), 867-905.

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, *28*(13), 1319-1350.

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long range planning*, *51*(1), 40-49.

Weimann, V., Gerken, M., & Hülsbeck, M. (2020). Business model innovation in family firms: dynamic capabilities and the moderating role of socioemotional wealth. *Journal of business economics*, *90*(3), 369-399.

Wolf, E. J., Harrington, K. M., Clark, S. L., & Miller, M. W. (2013). Sample size requirements for structural equation models: an evaluation of power, bias, and solution propriety. *Educational and psychological measurement*, *73*(6), 913-934.

Yuan, C., Xue, D., & He, X. (2021). A balancing strategy for ambidextrous learning, dynamic capabilities, and business model design, the opposite moderating effects of environmental dynamism. *Technovation*, *103*, 102225. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102225

